آثار التجارة الالكترونية على الاقتصاد

علي فلاق، أستاذ محاضر قسم–ب، جامعة المدية
fellag73@yahoo.fr
محمد بولصنام، أستاذ مساعد قسم-ب، جامعة المدية

ملخص المداخلة :

أحدث التطور التكنولوجي الذي شهده العالم ، ثورة معلوماتية ، أطلق عليها الثورة الصناعية الثالثة أو الثورة البشرية الثالثة ، بعد الثورة الزراعية والصناعية التي مرت بهما البشرية في تاريخها الطويل . و قادت هذه الثورة المعلوماتية إلى قيام اقتصاد جديد أطلق عليه "اقتصاد المعلومات" يختلف في نوعيته وبنيته وآلياته ونظرياته عن الاقتصاد التقليدي ، مما أدى إلى إضافة قطاع اقتصادي جديد بجانب القطاعات الاقتصادية التقليدية : الزراعية والصناعية والخدمية ويتوقع أن يهيمن اقتصاد المعلومات على حجم النشاط الاقتصادي . وفي ظل هذا التحول من الاقتصاد التقليدي إلى الاقتصاد الجديد فان هناك آثار وفوائد لتطبيقات التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنيت والتي أصبحت القوة الدافعة لاقتصاد المعلومات الجديد . وفي هذا البحث سوف نجمل الآثار والفوائد المتحصلة من التجارة عبر شبكة الانترنيت على مستوى قطاعات الأعمال ومستوى الأفراد (المستهلكين) والمستوى القومي أو الكلي .

المقدمة :

لقد شهد العالم في الآونة الأخيرة اهتماما" متزايدا" بالتجارة الالكترونية كنتيجة حتمية وضرورية للتطورات والمستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، حيث لعبت ولا زالت تلعب الشبكة الدولية للمعلومات أو ما يعرف بالانترنيت دورا" رئيسا" ومهما" كوسيط لاستكمال تنفيذ أعمال التجارة بشكلها الحديث والمعاصر، فقد حصل تحولا" كبيرا" من الشكل التقليدي للتجارة إلى الشكل الالكتروني الحديث وأصبحت التجارة الالكترونية واقعا" ملموسا" في ظلال بيئة الحالية. وتسعى العديد من الدول إلى تعظيم دور التجارة الالكترونية خصوصا" في ظل المتغيرات العالمية والتحديات الجديدة ومن المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظرا" لتأثير هذه التجارة على

الأسواق وأداء المؤسسات وقدرتها التنافسية، حيث يتوقع أن تكون التجارة الالكترونية هي أسلوب التجارة السائد بين المنظمات والأفراد خلال هذا القرن في كافة أنحاء العالم.

المحور الأول :مفاهيم وأساسيات حول التجارة الإلكترونية:

أولا:تعريف التجارة الإلكترونية:

تعد ظاهرة التجارة الإلكترونية عبر شبكات الإنترنت ، وما تنطوي عليه من تطبيقات، ظاهرة حديثة كانت بداياتها في أوائل التسعينيات من القرن الماضي. وقد ظهر عدة تعريفات يحاول كل منها أن يصف ويحدد طبيعة هذه التجارة الإلكترونية وما يتعلق بها من ممارسات وأنشطة. وربما يرجع تعدد هذه التعريفات إلى أن تطبيقات التجارة الإلكترونية تشتمل على عدة مكونات أساسية لابد من توفرها لتنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية، مثل استخدام الحواسب الآلية وتقنية الاتصالات ونظم المعلومات والبرمجيات وغيرها. ومفهوم التجارة الإلكترونية بعامـــــة يندرج تحت مفهـــــــوم أوسع يسمى بالاقتصاد الرقمـــي ويمكن القول بأن مصطلح التجارة الإلكترونية *ببساطة* يعني استخدام الانترنيت والشبكة العنكبوتية العالمية لتبادل العمليات بشتى أشكالها بين الأعمال المختلفة ، مع التركيز على استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمليات التجارية بين الشركات والأفراد .

وقد عرفها البعض بأنها " المعاملات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات والتي تعتمد على معالجة ونقل البيانات الرقمية ، بما فيها الصوت والصورة من خلال شبكات مفتوحة مثل الانترنيت أو مغلقة ، والتي تسمح بالدخول إلى الشبكات المفتوحة .

وفي التجارة الإلكترونية لا بد من التطرق لعدة تعاريف أخرى ، ومن أهمها التالي:

1- **العمليات الرقمية** :

وهي جميع العمليات التي تتم بوسائط تكنولوجيا رقمية ، والتي في اغلبها تتم عبر شبكة الانترنيت والشبكة العنكبوتية العالمية .

2- **العمليات التجارية** :

وتعني هنا العمليات التجارية التي تتضمن تبادل القيم (والمتمثلة بوسائط النقد المختلفة: كالأموال وبطاقات الاعتماد والشيكات) بين الشركات والأفراد مقابل بضائع أو خدمات. ويمكن تعريف التجارة الالكترونية بأنها جميع العمليات والأنشطة التي لها صلة بشراء وبيع السلع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت أو أي شبكة أخرى مثل الشبكات التجارية العالمية أو الشبكات المحلية . هذا وتتسم التجارة الالكترونية بالعديد من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية والتي تتمثل بالاتي:

- عدم وجود مكان جغرافي محدد يلتقي فيه البائعون والمشترون،وإنما يتم التلاقي عبر شبكة الانترنيت، أي أن السوق أو مركز التجارة ليس بنايه أو ماشابه بل هو محل شبكي يحوي تعاملات تجارية،وأن طرفي العملية التجارية نادرا ما يعرفون بعضهم البعض وتتم عمليات التبادل دونما حاجه حتى أن يرى أحدهم الآخر.
- أن عملية التبادل التجاري الالكتروني تتم بأعلى درجه من الكفاءة وبأكثر فعالية وبأقل تكلفة ممكنه،كونها تعتمد التبادل الالكتروني للبيانات والمستندات كإرسال الحوالات المالية والقوانين والكمبيالات والنظم المعلوماتية الأخرى.
- أن التجارة الالكترونية تساعد على أنجاز العديد من الصفقات والمعاملات بسهولة ويسر ودون أن يتطلب ذلك انتقال البائع أو المشتري إلى حيثما تعرض هذه المنتجات والخدمات.
- تمتاز التجارة الالكترونية بإمكانية مطلقة في عرض منتجاتها من السلع والخدمات على المستهلكين في وقت واحد وعلى مدار الساعة في اليوم الواحد، مما يساهم في تحقيق أقصى فائدة ممكنه لكل من المنتجين أو المستهلكين.
- تشكل التجارة الالكترونية عاملا" محفزا" للشركات المتعاملة معها كي تطور خدماتها التجارية بشكل مستمر،فالمنافسة هنا تتخذ أعلى أشكالها، ذلك أن الشركة مع زيادة الأسواق المتاحة أمامها يزداد عدد منافسيها في الوقت نفسه وهي مضطرة لمواجهة المنافسة في الأسواق الكبيرة كي تساعد على تطوير القدرات التنافسية.

ثانيا : الفرق بين التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية:

لقد ظهر خلاف وجدل حول تعريف التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية ، وأيهما يندرج تحت الآخر ، فالرأي الأول يعتقد بأن التجارة الإلكترونية تشمل جميع العمليات الإلكترونية التي تقوم بها الشركات متضمنة كذلك البنية التحتية لنظم معلومات المنشأة وتضم بالتالي الأعمال الإلكترونية ، وحسب هذا الرأي فإن الأعمال الإلكترونية عبارة عن العمليات الرقمية الإلكترونية ضمن بيئة المنشأة فقط ، ويقتصر دورها ضمن إجراءات الرقابة الداخلية وكمثال عليها ، عملية السيطرة والاطلاع على حيثيات مخزون الشركة الموجود في موقع بعيد من خلال وسائط تكنولوجيا رقمية . أما الرأي الثاني فيعتقد بأن الأعمال الإلكترونية هي الأشمل ويندرج تحتها جميع أدوات التعامل الإلكترونية الأخرى .

ويرى الباحث بأنه من الأنسب اعتماد الرأي الأول لأغراض إكمال الدراسة من منطلق أن الرأي الأول أقرب للصحة ، فمن جهة ، تطلق جميع الشركات العالمية المتعاملة عبر شبكة الانترنيت على جميع تعاملاتها الإلكترونية عبر شبكة الانترنيت مسمى التجارة الإلكترونية ، ومن جهة أخرى يتفق الرأي الأول وبدرجة كبيرة مع العقلية الإدارية والمحاسبية فمصطلح الأعمال يندرج على المؤسسة كوحدة

مستقلة ، والهدف من إنشائها هو إدارة عمل محدد لتحقيق ربح ، والتجارة تدل على التعاملات مع الغير لإنجاح العمل الذي تم إنشاؤه.

ثالثا : أهمية التجارة الإلكترونية:

يمكن القول إن التجارة الإلكترونية تعد من أهم اختراعات العصر والتي يمكن من خلالها تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقيها سابقا بالطرق التقليدية والسبب يعود للأمور التالية :

1. **انخفاض التكلفة** : كانت عملية التسويق للمنتج مكلفة جدا في السابق ، حيث إن الإعلان عن المنتج كان يتم بواسطة الوسائل التقليدية عبر التلفاز والجرائد ، أما الآن فيمكن تسويقه عبر شبكة الانترنيت وبتكلفة ضئيلة جدا .
2. **تجاوز حدود الدولة** : كانت الشركة تتعامل مع عملاء محليين فقط بالسابق وإن رغبت في الوصول إلى عملاء دوليين كانت تتكبد مصاريف كبيرة وغير مضمونة العائد ، أما الآن فتستطيع الشركة أن تضمن اطلاع الجميع على منتجاتها دون أي تكلفة إضافية تذكر ، خاصة أن شبكة الانترنيت دخلت جميع الدول.
3. **التحرر من القيود** : سابقا كانت الشركة تحتاج إلى ترخيص معين والخضوع لقوانين عديدة وتكبد تكلفة إنشاء فرع جديد أو توكيل الغير في الدولة الأجنبية حتى تتمكن من بيع منتجاتها ، أما الآن لم يعد أي من تلك الإجراءات ضروريا .

رابعا : دعائم وأساسيات التجارة الالكترونية :

يتطلب ممارسة التجارة الالكترونية توفر مجموعة إمكانيات تتمثل أهمها في :

1. **البنية التحتية** : تتمثل في بنية الاتصالات ويتم عن طريق البناء الالكتروني للبيانات مع اتساع توفير واستخدام الانترنيت كذلك توفير استخدام بطاقات الدفع الالكتروني وغيرها من الوسائل التي تسهل عقد الصفقات الكترونيا.
2. **نظام رقابي وإداري لعمليات السداد** : يعتبر نظام سداد العمليات من خلال شبكة الإنترنيت من أهم دعائم نمو وانتشار التجارة الالكترونية إذ تساعد الرسائل الالكترونية والنقود البلاستيكية (بطاقة الدفع الالكتروني) في تامين التعامل ، كما يحافظ هذا النظام على سرعة التعامل وعلى حقوق والتزامات جميع الأطراف المتعاملة معا .
3. **توفير الحماية اللازمة للمعلومات** :_يجب أن يكون هناك ثقة وأمان من المستهلكين على التعامل مع المواقع الالكترونية حيث أن سهولة إنشاء موقع على الانترنيت يمكن أن تبعث كثير من المخاوف لدى المتعاملين ،ويكون التساؤل الذي يراود هؤلاء عن مدى قدرة الشبكة على تأمين وحماية المعلومات من القرصنة فيما يتعلق باستخدام البطاقات الائتمانية في مجال التسويات ودفع الفواتير وغيرها .

خامسا : ميزات التجارة الإلكترونية:

ثمة ميزات كثيرة دعمت نمو التجارة الإلكترونية المستمر نذكر أهمها فيما يلي:

1. **رفع حصة المؤسسة في الأسواق العالمية:** توفر التجارة الإلكترونية فرصاً كبيرة لزيادة المبيعات إذ أنها تعرض البضائع التجارية على نطاق العالم بأكمله، وبقدر ما تستطيع المؤسسة أن تطور أساليب عملها لتحقيق ميزة تنافسية في التجارة الإلكترونية، بقدر ما تتوسع أعمالها وتزيد مبيعاتها، وبالتالي تخفض كلفة المنتج.
2. **الاستجابة لرغبات الزبائن:** توفر التجارة الإلكترونية الأدوات اللازمة لتلبية رغبات الزبائن من خلال عرض تشكيلة واسعة من المنتجات وعرض مزياها وأسعارها حيث يمكن للزبون أن يفاضل بين الأصناف ومزاياها وأسعارها ويختار منها ما يلائمه، كما يستطيع إبداء ملاحظاته حول المنتج، مما يساهم في تفهم الشركة لاحتياجات الزبائن، وفي بعض الأحيان تتيح الشركة للزبون أن يضع هو بنفسه مواصفات المنتج الذي يريد شراؤه، بما يلائم ذوقه الشخصي.
3. **تطوير الخدمات التجارية:** تشكل التجارة الإلكترونية عاملاً محرضاً للشركات المتعاملة معها كي تطور خدماتها التجارية بشكل مستمر، فالمنافسة هنا تتخذ أعلى أشكالها، ذلك أن الشركة مع زيادة الأسواق المتاحة أمامها، يزداد عدد منافسيها في الوقت نفسه، وهي مضطرة لمواجهة المنافسة في الأسواق الوطنية، وبالتالي يتشكل هذا العامل المحرض على تطوير القدرات التنافسية، وتسعى الشركات الحديثة إلى تطوير البنى التحتية والاستراتيجيات التسويقية والإدارية وبرامج التدريب وتطوير العلاقات العامة للشركة.

سادسا : أنواع التجارة الإلكترونية:

هناك عدة أنواع من التجارة الإلكترونية ، والتي لا بد من التعرف بها ، ومن أهمها:

1. **التعامل بين التاجر والمستهلك** Business-to-Consumer (B2C) : ويعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية من أهم الأنواع والذي يحاول التاجر من خلاله الوصول للأفراد المستهلكين ، ويحتوي هذا النوع على عدة نماذج والتي سيتم التطرق إليها لاحقا؛ وذلك لأهميتها القصوى وترابطها الوثيق مع جوهر هذه الدراسة.
2. التعامل بين تاجر وتاجر آخر Business-to-Business (B2B) : حيث يركز هذا النوع من التجارة الإلكترونية على بيع المنتجات من تاجر إلى تاجر آخر.

3. **التعامل بين مستهلك ومستهلك آخر** Consumer-to-Consumer (C2C) : حيث يساعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية الأفراد بأن يبيعوا لبعضهم البعض ، وذلك من خلال المزادات التي تبنى في شبكة الانترنيت.

4. **التعامل بين مستخدم ومستخدم آخر** Peer-to-Peer (P2P) : يـــعمل هذا النوع على تمكين مستخدمي الانترنيت على تبادل المعلومات ، والاتصال فيما بينهم دون وجود وسطاء ، ومن ثم الاتفاق على أية صفقات تجارية تتم حسب الشروط المتفق عليها ، وقد أوجدت برامج خاصة لهذه الغاية والتي تمكن مستخدميها ، تجاريون كانوا أم غيرهم بتبادل أطراف الحديث بصور كتابية وسمعية ومرئية.

5. **التجارة الإلكترونية عبر جهاز الهاتف النقال** Mobile Commerce : يعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية من أحدث الأنواع ، حيث يتم بواسطته استخدام أجهزة هاتف نقال رقمية مصممة بشكل يمكنها من الاتصال بشبكة الانترنيت من خلال مزود الخدمة والوصول لأي موقع معين والاطلاع على السلع المعروضة وإجراء عملية الشراء.

المحور الثاني : الآثار الاقتصادية للتجارة الالكترونية :

من المنتظر أن تفتح التجارة الإلكترونية آفاقا متعددة ومجالات كثيرة من أهمها المجال الاقتصادي. ومن المأمول أن يكون للتجارة الإلكترونية آثار متعددة ومرغوبة على جوانب اقتصادية متعددة. ويكفى في هذا الصدد الإشارة إلى أنه بفضل التقدم العلمى المذهل في هذا المجال استطاعت الولايات المتحدة الأمريكية أن تحقق معدل نمو سنوى يزيد عن 4.%ولتقييم الأهمية الاقتصادية للتجارة الإلكترونية علي نحو صحيح, ينبغى أن يتحدد المقصود بها علي نحو دقيق, لأنه لو كان مقصودًا بها الدفع من خلال بطاقات الائتمان الإلكترونية فقط لأمكن القول أنها قد توسعت بشكل كبير, ولكن من المعروف – من خلال استقراء أدوات التجارة الإلكترونية – أن ذلك لايشكل سوى جانبا من جوانب التجارة الإلكترونية.

ويضاف إلى ماسبق– وهو مهم أيضا– أن إتمام الصفقات أصبح يتم بطريقة إلكترونية والمرصود بالفعل أن الإنترنت يسمح الآن وبطريقة إلكترونية بإتمام كافة مراحل المبادلات التجارية, أو علي حد تعبير البعض يستطيع القيام بمجموعة متكاملة من الخدمات .

وفي هذا القسم سوف نجمل هذه الآثار والفوائد المتحصلة من التجارة عبر شبكة الإنترنت على مستوى قطاعات الأعمال ومستوى الأفراد (المستهلكين) والمستوى القومي أو الكلي.

أولا: الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على مستوى قطاع الأعمال:

تتلخص أبرز الفوائد الاقتصادية للتجارة الإلكترونية المتحصلة على مستوى المؤسسات والشركات التجارية في الآتي:

1- **توسيع نطاق السوق:** حيث تعمل التجارة الإلكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي وكذلك النفاذ إلى الأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة كان من المتعذر إيجادها في ظل التجارة التقليدية، لأن ممارسة التجارة عبر شبكة الإنترنت تجعل المنتجات من السلع والخدمات متاحة لأكبر عدد ممكن من المستهلكين. وهذا يتيح حتى للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحضور في الأسواق المحلية والدولية الأمر الذي يمنح فرصة أكبر للمستهلك للاختيار من بين المنتجات المعروضة. ويعد الدخول اليسير والفعال إلى الأسواق المحلية والدولية لمؤسسات الأعمال أحد الفوائد المباشرة للتجارة الإلكترونية التي تعتمد على الإنترنت. ولذلك فإنه بإمكان أي فرد أن يصبح تاجرا على الإنترنت بتكاليف منخفضة جدا.

2- **زيادة المزايا التنافسية :** ترتبط المزايا التنافسية بالمستوى الجزئي ، بمعنى أنه تستطيع المؤسسة أن تنافس في منتج أو خدمة في السوق العالمي على الرغم من عدم وجود ميزة نسبية على مستوى القطاع في داخل الدولة ، ومن المؤكد أن المزايا المتعددة للتجارة الالكترونية مثل خفض التكاليف وتوسيع نطاق السوق يؤدي لمزيد من الفعالية والابتكار للمؤسسات التى تستخدم التجارة الإلكترونية ، الأمر الذي يمكن بعض المنتجين من تحقيق وزيادة المزايا التنافسية ،وقد أتسع الاهتمام بالمزايا التنافسية بصورة كبيرة ، وتعتبر التجارة الالكترونية أحد المداخل الرئيسية لأي مؤسسة لزيادة حجمها في السوق ومن ثم زيادة المزايا التنافسية[1].

حيث يؤدى أتساع التجارة الالكترونية إلى حدوث تغيرات هيكلية في نشاط المؤسسات من أهمها الآتي:

أ- **تغير نمط إستراتيجية المؤسسة :**

يؤدي الأتساع في استخدام التجارة الإلكترونية في نشاط المؤسسات إلى حدوث تغيرات في نموذج وإستراتيجية المؤسسة وكذلك في هيكلها التنظيمى ، حيث يظهر مايسمى بالتاجر الإلكتروني والمشروعات الافتراضية. وهي عبارة عن مؤسسة بدون تواجد مادي أي لا يوجد مقر لها وإنما تعمل من خلال الانترنت في فضاء إلكتروني وذلك بالتعامل مع مختلف المؤسسات والمستهلكين من خلال شبكة المعلومات الدولية.

كما توفر التجارة الالكترونية للمؤسسة ميزة التواجد في مختلف الأسواق دون الحاجة إلى فتح فروع جديدة في دول مختلفة وهو مايوفر التكاليف بصورة كبيرة ويقترن ذلك بسرعة إنجاز الأعمال من خلال التجارة الالكترونية نتيجة الربط المتكامل للعملية المؤسسية والإدارية للشركة من التخطيط إلى

التنظيم والتوظيف ثم التوجيه والرقابة واتخاذ القرارات حيث تقدم التجارة الإلكترونية المعلومات بسرعة هائلة وعلى نطاق واسع يساعد على إنجاز المهام التخطيطية للشركة بصورة أكثر كفاءة.

ب-تغير في تكاليف إنتاج السلعة أو الخدمة :

من أهم الآثار للتجارة الالكترونية هو العمل على تخفيض التكاليف للمنتج والمستهلك نتيجة الاستخدام الإلكتروني في التبادل التجاري وينعكس انخفاض التكلفة على زيادة الربح للمنتج وانخفاض الثمن للمستهلك ويمكن إبراز أهم أنواع انخفاض التكاليف في الآتي :-

- انخفاض تكلفة الإعلان والتسويق .
- انخفاض شروط وجود الشركات المادية.
- انخفاض تكلفة العملة والتخزين.
- انخفاض تكلفة التوزيع.

3- **تخفيض مصاريف المؤسسات :** من خلال تخفيض الوقت وتعزيز الفعالية لما للتجارة الالكترونية دور أساسي في تنظيم عمليات المؤسسات والمشاريع التجارية وتحقيق أهدافها عن طريق القضاء على البيروقراطية والقرارات الروتينية وتقليل حدوث الأخطاء وبالتالي زيادة الربحية عن طريق إتباع النظم الحديثة التي تمر عبر الحاسب الآلي فتجعل عمليات التفاعل لدى الشركات أسهل وأسرع وأكثر اقتصادية وفعالية بالإضافة إلى إنها تؤدى إلى التقليل من عدد الموظفين العاملين في المؤسسة .

كما انه من خلال عرض المنتجات على الانترنت يشكل أهمية خاصة لأصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لأنه في أسلوب التجارة التقليدية عندما يحتاج المنتج إلى عرض منتجاته في الخارج كان يحتاج إلى تكاليف مرتفعة من تكاليف افتتح معارض أو المشاركة في معارض دولية بالإضافة إلى تكاليف السفر والنقل أو حتى تكاليف افتتاح الفروع ومكاتب في الخارج بينما ألان تأسيس موقع الكتروني جيد والقدرة على الترويج له يؤدى إلى خفض جميع التكاليف السابقة وقد يحقق نتائج أفضل مما كانت تحققه الأساليب التقليدية رغم مصاريفها المرتفعة .

4- **تحكم أفضل في إدارة المخزون:** تسهم التجارة الإلكترونية في خفض المخزون عن طريق استعمال عملية السحب في نظام إدارة سلسلة التوريد، حيث تبدأ العملية بالحصول على الطلب التجاري من المشتري وتزويده بطلبه من خلال التصنيع الوقتي المناسب، وهذا من شأنه العمل على تقليص الدورة التجارية بدرجة كبيرة حيث يتم شحن المنتج مباشرة من المصنع إلى المشتري النهائي. ويظهر ذلك بشكل كبير في المنتجات الرقمية، أي السلع والخدمات التي يتم تسليمها إلكترونيا. وبذلك تصبح التجارة الإلكترونية أداة مهمة في إدارة المخزون وانخفاض تكاليف التخزين، وهذا له آثار اقتصادية على المستوى الكلي إذا علمنا أن 10% من التقلب ربع السنوي في معدلات نمو الإنتاج تعود نتيجة

للتقلب في الاستثمار في المخزون. فإذا كانت التجارة الإلكترونية تعمل على تخفيض المخزون إلى حده الأدنى، فإنه من المتوقع أن يكون أحد آثار التجارة الإلكترونية هو تخفيف آثار الدورة التجارية الناجمة عن التغير في المخزون. ومع تطور تقنية المعلومات والاتصالات وتدفق المعلومات بشكل أفضل فإنه من المتوقع أن ينخفض أثر المخزون على الدورة التجارية إلى حده الأدنى بل ربما ينعدم.

5- **تنمية مؤسسات الأعمال الصغيرة و المتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية :** تعتبر التجارة الإلكترونية بابا يتيح الفرصة أمام مؤسسات الأعمال الصغيرة و المتوسطة، لتسويق إنتاجها على المستوى المحلي و العالمي و لذا يجب تنمية هذه المؤسسات بتمكينها من استخدام تكنولوجيا المعلومات ، حيث قدراتها الخاصة لا تسمح لها بالدخول إلى هذا المجال إلى جانب إمكانية دعم الأنشطة المرتبطة بتنمية مؤسسات الأعمال الصغيرة و المتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية ، بإنشاء مراكز مجتمعية للتجارة الإلكترونية وربط تجمعات و مراكز الإنتاج الحرفي في مراكز الإنتاج بشبكة الانترنت بالإضافة إلى بناء نماذج تجريبية للشركات الإنتاجية لاستخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية .

ثانيا : الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على مستوى المستهلكين.

بجانب الفوائد والمزايا المتحصلة لقطاع الأعمال من استخدام التجارة الإلكترونية، فإن المستهلك له أيضا نصيب من التجارة الإلكترونية إذا كان مستهلكا إلكترونيا عبر شبكة الإنترنت. وتتمثل أبرز هذه الفوائد في الآتي:

1- **سرعة وسهولة التسوق:** حيث يكون لدى المستهلك نطاقا أوسع للتسوق عبر شبكة الإنترنت، وعلى مدار الساعة، وفي أي يوم يريد، وأي مكان على سطح الأرض. فأي شخص لديه حاسب آلي ومتصل بالإنترنت فإن بإمكانه أن يصبح مستهلكا عالميا، وهو في منزله، وما عليه إلا أن يتعامل مع أزرار الحاسب الآلي، وتصفح المواقع التجارية الإلكترونية المفتوحة عبر الإنترنت.

2- **تعدد الخيارات:** توفر التجارة الإلكترونية العديد من الخيارات للمستهلك نتيجة لإمكان الوصول إلى منتجات ومراكز تسوق لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك. فمع دخول المستهلك إلى التجارة الإلكترونية فإن الفرصة متاحة له بأن يبحث عن سلعته المفضلة أو التي يبحث عنها عبر المواقع التجارية في الإنترنت. بينما في حالة التسوق التقليدي فإن المستهلك ليس أمامه إلا المنتجات المعروضة في الأسواق التقليدية، ويتعذر علية البحث في أسواق أخرى لعدم توفر المعلومات لديه عن الأسواق الأخرى وكذلك لارتفاع تكاليف البحث والحصول على المنتج.

3- **أثر التجارة الإلكترونية علي عرض السلع والخدمات وطلبها:**بفضل الإنترنت أصبحت الحدود والفواصل بين المنتج والمستهلك – في أغلب الأحيان–غير موجودة تقريبا . ففي أحيان كثيرة يظهر المستخدم لخدمات الإنترنت وكأنه منتج لها. فعلي سبيل المثال هناك برامج ونصوص متعددة على

الإنترنت تتيح للمستخدم التعديل والتغيير المباشر للمنتج, وفي مثل هذه الحالات يصبح المستخدم وكأنه منتج. انه يوجد الآن في الإنترنت بعض المواقع التي تسمح للمستخدم بأن يختار بين بدائل متعددة. وفي بعض الصحف الأمريكية تحرر بعض الصفحات من خلال الإنترنت عن طريق القراء, بحيث يصبح القارئ محررا في نفس الوقت

4- **سرعة وسهولة تبادل المعلومات بين المستهلكين:** حيث توفر الإنترنت إمكانية تبادل المعلومات والآراء وتجارب المستهلكين المتعلقة بالمنتجات والخدمات عبر مجتمعات إلكترونية مثل المنتديات وغيرها، الأمر الذي يوفر البيانات والمعلومات لدى المجتمع عن المنتجات الاقتصادية، ويرفع مستوى الثقافة والوعي الاستهلاكي لدى جمهور المستهلكين، في حين أن هذا قد يكون متعذرا أو يتطلب وقتا وجهدا أطول في عالم التجارة التقليدي.

ثالثا : الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على المستوى القومي.

يمكن إبراز الفوائد المتحصلة من التجارة الإلكترونية على المستوى القومي في الآتي:

1 - **دعم التنمية الاقتصادية:** تمثل المشروعات المتوسطة والصغيرة محورا أساسا في التنمية الاقتصادية، وتعاني هذه المشروعات من غياب الموارد الاقتصادية اللازمة للوصول إلى الأسواق العالمية. وتعد التجارة الإلكترونية واحدة من الأدوات التي تحقق للمشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم القدرة على المشاركة في حركة التجارة الدولية بفاعلية وكفاءة بما تقدمه من خفض تكاليف التسويق والدعاية والإعلان، وتوفير الوقت والمكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية. وهذا ينعكس إيجابا على تفعيل نشاطات هذه المشروعات الأمر الذي يدفع عجلة التنمية الاقتصادية.

2- **دعم التوظيف:** تقدم التجارة الإلكترونية فرصا جديدة للتوظيف، حيث تتيح إقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل التكاليف الاستثمارية، لا سيما تجارة الخدمات التي توفر فيها التجارة الإلكترونية آلية للأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستوى الإقليمي والعالمي دون الحاجة للانتقال، مما يفتح المجال لهم للانطلاق في الأعمال الحرة. ومن ناحية أخرى، توفر التجارة الإلكترونية فرصا وظيفية في العديد من المجالات المختلفة ذات الصلة بتطبيقات التجارة الإلكترونية، مثل المتخصصين في إنشاء المواقع التجارية الإلكترونية، و العاملين والإداريين والفنيين في المتاجر الإلكترونية. بالإضافة إلى توفير الفرص الوظيفية في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات، التي تعتمد عليها التجارة الإلكترونية، من مهندسي الشبكات والبرامج اللازمة لتطبيقات التجارة الإلكترونية وغيرها.

3- **دعم القطاعات التكنولوجية:** يتيح انتشار التجارة الإلكترونية على المستوى القومي خلق بيئة ومناخ ملائم لظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصالات، وذلك لدعم البنية التحتية الإلكترونية لتطبيقات التجارة عبر شبكة الإنترنت. ومع تطور ونمو التجارة الإلكترونية وانتشار

استخدامها في التعاملات التجارية، يصبح هناك فرصا استثمارية لتوجيه رؤوس الأموال للاستثمار في تطوير وتحسين وتحديث البنى التحتية الإلكترونية، والاستثمار في الخدمات المصاحبة لقطاع تقنية المعلومات والاتصالات، الأمر الذي يؤدي إلى خلق أو توطين قطاعات تكنولوجية متقدمة تدعم الاقتصاد القومي.

4- **دعم التجارة الخارجية:** توفر التجارة الإلكترونية فرص زيادة معدلات الصادرات، وذلك من خلال سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسة، وإمكانية التسوق للسلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة، والقدرة على سرعة عقد وإنهاء الصفقات التجارية، وكذلك القدرة على تحليل الأسواق والاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين.

الخاتمة :

التجارة الالكترونية هي أحدى أهم المظاهر الحديثة في اقتصاد المعرفة والمحرك الأساسي له،وتمثل القطاع الأسرع نموا في الاقتصاد العالمي. وقد أصبحت واقعا ملموسا في ظل البيئة الحالية، ومن المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظرا لتأثيرها الفعال على بيئة الأعمال . وتستخدم التجارة الالكترونية أنماط مختلفة في عملها مثل الاتصال والتبادل بين الشركات ونمط الاتصال والتبادل بين الشركة والزبائن إن الصفة العالمية للتجارة الالكترونية،ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية،وبعضها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري.وقد ترتب على الخصائص المميزة للتجارة الالكترونية والزيادة في معدل مستخدمي الانترنيت إلى سرعة انتشارها بين العديد من المنتجين والمستهلكين وإحداث تطور في حجم التجارة الالكترونية على المستوى العالمي.

المراجع :

1. زايري بلقاسم ودلوباشي علي ، **طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة** ، المؤتمر العلمي السنوي الثاني لتكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الاقتصادية ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، جامعة الزيتونة 6-8 ، ماي ، 2002 .
2. شيماء جمال مجاهد ، **التأثير المتبادل بين الأعمال المصرفية الالكترونية والسياسة النقدية والتجارة الالكترونية** ، سلسلة قضايا إستراتجية ، المركز العربي لأبحاث الفضاء الالكتروني ، نوفمبر ، 2011. على موقع www.accr.co
3. كريم سالم ، **التجارة الالكترونية ... الآفاق والتحولات** ، على موقع *eco.asu.edu.jo/ecofaculty/wp-content*
4. عابد بن عابد العبدلي، **التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية(الواقع،التحديات، الآمال)** ، المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، كلية الشريعة – جامعة أم القرى مكة المكرمة ، 2005.
5. عطية عبد الواحد، **التجارة الالكترونية ومدى استفادة العالم الإسلامي منها** ، المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي ، كلية الشريعة – جامعة أم القرى مكة المكرمة ، 2005.
6. محمد زيدان، عبد القادر بريش **"دور البنوك الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية "**الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، جامعة ورقلة ،2004.
7. طارق عبد العال حماد ، **التجارة الإلكترونية ، المفاهيم ، التجارب، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية،والقانونية** ،الدار الجامعية، مصر، 2003.
8. رأفت رضوان ، **عالم التجارة الالكترونية** ، القاهرة ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، 1999.